

10. Define personal selling. How is it different from advertising ?

Why should a manufacturer use personal selling for promoting his product ?

व्यक्तिगत बिक्री की परिभाषा दीजिए । यह विज्ञापन से किस

प्रकार भिन्न है ? अपने उत्पाद का संवर्धन करने के लिए निर्माताओं

को व्यक्तिगत विक्रय का इस्तेमाल क्यों करना चाहिए ?

This question paper contains 4+2 printed pages]

Your Roll No. ....

1467

B.Com./III

F-I

Paper XVI-B—MARKETING MANAGEMENT

(Admissions of 2006 and onwards)

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 55

(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

Note :— Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी : इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

Note :— The maximum marks printed on the question paper are applicable for the students of the regular colleges (Category 'A'). These marks will, however, be scaled up proportionately in respect of the students of NCWEB/SOL at the time of posting of awards for compilation of result.

Attempt any *five* questions.

All questions carry equal marks.

All parts of a question must be attempted together.

कोई पाँच प्रश्न कीजिये ।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

प्रत्येक प्रश्न के सभी भागों को एक साथ हल कीजिए ।

P.T.O.

1. Explain marketing concept in brief. Give its significance.

What are its characteristics ?

विपणन संकल्पना की संक्षेप में व्याख्या कीजिए । इसका महत्व

बताइए । इसकी क्या विशेषताएँ हैं ?

2. (a) "There is only one valid definition of business

purpose : to create a customer." Discuss this statement,

bringing out the nature and importance of marketing.

- (b) Distinguish clearly between marketing concept and

selling concept. Support your answer with some Indian

examples.

- (अ) "व्यवसाय के उद्देश्य की केवल एक वैध परिभाषा

है : ग्राहक का निर्माण ।" इस कथन की विवेचना

कीजिए और विपणन के स्वरूप और महत्व को स्पष्ट

कीजिए ।

- (ब) विपणन संकल्पना और विक्रय संकल्पना में अंतर बताइए

कुछेक भारतीय उदाहरणों को देकर अपने उत्तर को समर्थित

कीजिए ।

3. Define marketing mix. What factors influence the determination of marketing mix ?

विपणन मिश्र की परिभाषा दीजिए । विपणन मिश्र के निर्धारण

को प्रभावित करने वाले कारकों को बताइए ।

4. What is marketing environment ? Distinguish between macro and micro-environment of a firm, giving suitable examples.

विपणन पर्यावरण क्या होता है ? एक फर्म के समष्टि और

व्यष्टि पर्यावरण में अंतर बताइए और उपयुक्त उदाहरण

दीजिए ।

5. Write short notes on the following :

- (a) Socio-cultural environment

- (b) Demographic environment
- (c) Technological factors affecting marketing decisions.

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (क) सामाजिक-सांस्कृतिक पर्यावरण
- (ख) जनांकिकीय पर्यावरण
- (ग) विपणन संबंधी निर्णयों को प्रभावित करने वाले प्रौद्योगिक कारक ।

6. Why is it important for marketers to study the behaviour of their customers ? Discuss the role of psychological factors on a consumer's purchase decision.

विपणनकर्ताओं के लिए अपने ग्राहकों के व्यवहार का अध्ययन करना क्यों आवश्यक होता है ? उपभोक्ता के क्रय-निर्णय पर मनोवैज्ञानिक कारकों की भूमिका की विवेचना कीजिए ।

7. "Market segmentation and product positioning are the basis for marketing planning and strategy." Comment upon the statement and explain the different criteria for market segmentation.

“बाजार खंडीकरण और उत्पाद के लिए स्थान निर्धारण, विपणन आयोजन और रणनीति के आधार हैं ।” इस कथन पर टिप्पणी कीजिए और बाजार खंडीकरण के लिए भिन्न निकषों की व्याख्या कीजिए ।

8. Describe the pricing policies commonly used by marketers.
- विपणनकर्ताओं द्वारा सामान्यतः प्रयुक्त कीमत निर्धारण नीतियों का वर्णन कीजिए ।
9. Explain briefly the factors that influence the choice of a channel of distribution.
- वितरण की सरणी को चुनने की प्रक्रिया को प्रभावित करने वाले कारकों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।